

КИУРУ К. В.

СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИЙНЫЙ ДИСКУРС: ДИГИТАЛИЗАЦИЯ МЕДИАТЕКСТА И ПРОБЛЕМА ЖАНРООБРАЗОВАНИЯ

Аннотация: Рассматриваются новые тенденции в изучении текстов массовой коммуникации. В статье представлен анализ новых жанров медийного дискурса – digital-жанров. Определяются их жанрообразующие признаки: предмет, метод, функция. Выявляются дискурсивные характеристики жанров: гипертекстуальность, интертекстуальность и креолизованность.

Ключевые слова: медиатекст, интернет-текст, жанр, социальные медиа, digital-жанр.

Kiuru K. V.

MODERN MEDIA DISCOURSE: THE DIGITALIZATION OF MEDIA TEXT AND THE PROBLEM OF GENRE FORMATION

Abstract: The article explores new trends in the study of the texts of mass communication and gives the analysis of new genres of media discourse – digital genres. The author defines their characteristics such as object, method, function and also identifies the characteristics of discursive genres: hypertextuality, intertextuality and creolization.

Keywords: media texts, online text, genre, social media, digital-genre.

В журналистике существуют свои исторически сложившиеся способы отражения действительности. А. А. Тертычный под журналистскими жанрами подразумевает устойчивые типы публикаций, объединенных содержательно-формальными признаками, называемыми жанрообразующими факторами. К ним относятся предмет отображения, целевая установка (функция) отображения и метод отображения [5].

Как считает М. Н. Ким, проблема жанрового определения этим не исчерпывается, потому что «в жанре скрещиваются и находят выражение важнейшие закономерности журналистского творчества: взаимодействие жанра и метода, соотношение содержания и формы, понятийного и образного в жанре, пространства и времени в жанре, авторского замысла и жанрового воплощения, целевой установки жанра и ожиданий читателей и мн. др.» [1, с. 7].

Сегодня современные жанры журналистики представляют целостную и развитую систему. Особенностью данной системы является то, что, с одной стороны, она отличается определенной стабильностью, а с другой – подвижностью.

По мнению М. Н. Кима, современная система жанров журналистики – это динамично развивающаяся структура, внутри которой существуют свои внутренние и внешние связи. «Внутренняя связь между различными жанрами журналистики обусловлена единым типом творчества – публицистическим, а внешняя – тем, что каждый жанр журналистики, в отличие, например, от жанра литературного, всегда порождается потребностями отражения современной жизни с целью воздействия на общественное мнение. Это то, что и по сей день остается в качестве системообразующих характеристик журналистских жанров» [1, с. 9].

Научная теория жанров журналистики складывается из различных типологических подходов, в каждом из которых предлагается свое видение классификации жанров. В традиционной классификации жанров выделяют информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры. Позже стали появляться новые походы к жанровой классификации, авторы которых не выделяли единого основания деления и вычленения жанров журналистики. В результате один и тот же жанр в зависимости от положенного в типологию основания мог быть отнесен к различным жанровым группам.

Л. Е. Кройчик в построении своей классификации жанров исходил из тезиса, что публицистический текст непременно включает в себя три важнейших компонента: 1) сообщение о новости или возникшей проблеме; 2) фрагментарное или обстоятельное осмысление ситуации; 3) приемы эмоционального воздействия на аудиторию (на логико-понятийном или понятийно-образном уровне). Поэтому все тексты, появляющиеся в прессе, он разбил на пять групп:

- оперативно-новостные – заметка во всех ее разновидностях;
- оперативно-исследовательские – интервью, репортажи, отчеты;
- исследовательско-новостные – корреспонденция, комментарий (колонка), рецензия;
- исследовательские – статья, письмо, обозрение;
- исследовательско-образные (художественно-публицистические) – очерк, эссе, фельетон, памфлет [3, с. 138–139].

В основе классификации М. Н. Кима лежит функциональное деление жанров на информационные, аналитические и художественно-публицистические, а в качестве сопоставительных параметров используются следующие категории: предмет отображения, целевая функция и методы работы с информацией [1, с. 18].

Сегодня особую актуальность приобретает вопрос осмысления развития журналистских текстов в процессе дигитализации (перевода информации в цифровую форму) и интернетизации информационного пространства. Появились исследования по цифровой журналистике: Б. Франклина [6] и К. Кавамото [7].

С возникновением глобального интернет-пространства возросла скорость работы журналистов, изменились сроки и частота сдачи материалов. Важно, что такой канал массовой информации, как интернет, влияет не только на форму, скорость передачи информации, но и на ее содержание и жанровую форму.

В связи с этим нужно пересмотреть подходы к жанрообразованию текстов массовой коммуникации. Считаем, что выделение дискурсивных признаков текста вместо жанрообразующих позволит «корректно и операционально их «вводить» в систему жанров массовых и публичных коммуникаций» [2, с. 29].

Первой характеристикой является гипертекстуальность. По словам Теда Нельсона, изобретателя термина «гипертекст», главной особенностью гипертекста является то, что он создает систему связи между отдельными документами с помощью встроенных в текст гиперссылок [6]. Но данное понятие не ограничивается только интернетом, гипертекст как связь текстовых элементов в единое целое существовал и до его возникновения. Многие лингвисты считают гипертекстуальность неотъемлемым признаком любого текста, так как имплицитно или явно внутри текста существуют ссылки, смысловые корреляции

и внутритекстовые, а зачастую и межтекстовые связи. Несмотря на такую широкую трактовку гипертекстуальности, данное понятие все же более характерно для интернета, так как гипертекст представляет собой связь между отдельными текстами, которая осуществляется в единой среде, что позволяет читать текст не только на одном уровне, но благодаря внутренним и внешним ссылкам просматривать его вглубь. Это расширяет информационные возможности не только производителей медиапродукта, но и его потребителей. Ссылки на разнообразные источники, выполненные в гипертекстовом режиме, предоставляют первым уникальную возможность повысить качество информации, а именно ее полноту и достоверность, вторым – воспользоваться альтернативными источниками и самостоятельно участвовать в интерпретации фактов, приходиться к собственным выводам. Действительно, гипертекст – это возможность расширения контекста каждого конкретного содержательного элемента, это то, что позволяет читателю лучше понять смысл происходящего, помогает ориентироваться в потоке информации [4]. При этом гипертекст может неограниченно расширить тематическое поле с помощью ссылок на публикации по предлагаемой или смежной с ней тематике.

Второй дискурсивной характеристикой является интертекстуальность. Понятие интертекстуальности означает общее свойство текстов, выражающееся в наличии между ними связей, благодаря которым тексты (или их части) могут разными способами явно или неявно ссылаться друг на друга.

Третья дискурсивная характеристика – креолизованность. Сама природа контента современных масс-медиа заключается в соединении двух негомогенных частей: вербальной и невербальной. Креолизация становится важным инструментом коммуникации – привлечения и удержания внимания адресата, способов выражения смысловой организации текста, что вызвало большой интерес исследователей к этому феномену [5; 9].

Проблема выделения новых типов текстов, выявление их жанрообразующих признаков, которые позволяют атрибутировать данные типы текстов как жанры, да и пересмотр фундаментальных признаков жанровыделения с учетом характеристик тех типов текстов, которые функционируют преимущественно в web-коммуникациях, – насущная актуальная задача.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ким М. Н. Жанры современной журналистики : учеб. пособие. СПб., 2004.
2. Киуру К. В. Жанрообразование в современных массовых коммуникациях: от признаков жанрообразующих к дискурсивным // Актуальные проблемы современной лингвистики. 2016. С. 24–29.
3. Кройчик Л. Е. Система журналистских жанров // Основы творческой деятельности журналиста : учеб. пособие. СПб., 2000. С. 125–168.
4. Социальная практика и журналистский текст : сб. статей. М., 1990.
5. Тертычный А. А. Жанры периодической печати : учеб. пособие. М., 2000.
6. Franklin B. Digital Journalism [Электронный ресурс]. URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2012.740264#.UvhjORYhzl>.
7. Kawamoto K. Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism [Электронный ресурс]. URL: http://books.google.ca/books/about/Digital_Journalism.html?id=dG9vHwHyDFUC.